

{ Zhen Yu }

# UI/UX Design Protfolio

/ UIUX Design /

/ Visual Design /

/ Graphic Design /



# Agenda

目錄



## 1 自我介紹

1-1 關於我

1-2 專業技能

1-3 經歷

## 2 作品集：使用者介面/使用者體驗設計

2-1 Pawfact寵物商品配對APP

2-2 Eat Now 美食外送平台

2-3 Re-Design VOLVO CX40 Loading page

2-4 Re-Design MUJI 購物車頁、會員個人頁

1  
**自我介紹**  
作品集



- 1-1 關於我
- 1-2 專業技能
- 1-3 經歷

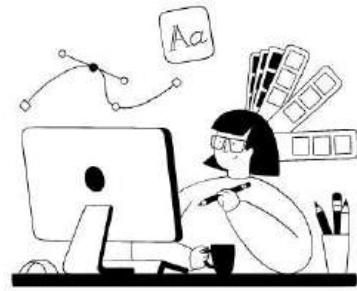
## 設計不只是美感，而是品牌價值的延伸。

嗨！我是陳甄妤，2024年初開始自學UI/UX設計，了解符合使用者需求的好設計，是非常有影響力的一件事。

在踏入UI/UX前，是擁有8年經驗的平面設計師：品牌設計、活動視覺設計、包裝設計、拍攝企劃與美術設計，能夠從0到1視覺發想至執行，並透過跨部門溝通，以符合品牌需求和市場策略。



# 專業技能



## 平面設計

清晰的視覺傳達，結合市場策略與精準定位目標受眾，提升品牌影響力。創造品牌的情感共鳴，讓視覺溝通更有商業價值與競爭力。

Illustrator

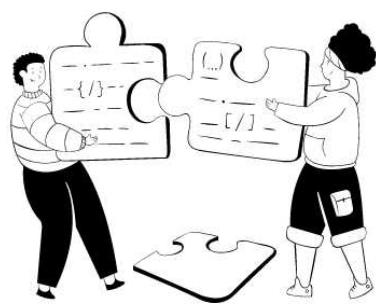
Photoshop



## 產品設計

依據用戶、市場與數據反饋適時調整問題定位。同時持續檢視頁面目標、操作邏輯合理性，透過視覺清楚傳遞關鍵資訊，並解決問題。

Figma



## 前端概念

具備基礎的前端語言知識，提升和工程團隊的溝通效率，也能在設計時初步判斷開發難度，降低工程成本負擔。

HTML

CSS



## 任務管理

使用 Notion 訂定專案設計目標並追蹤進度，清晰掌握現況，團隊資訊同步，提高協作效率。

Notion

# 經歷

## 01 UI/UX設計師

AAPD 第2屆 UI實戰營 2024.06 – 2024.08

產品設計實戰課程 2024.03 – 目前

- AAPD

每週課後皆有例行作業練習，並於結業前與團隊合作完成一個 UI/UX side project。

- 產品實戰課程

透過相關線上課程，進一步熟練Figma、Webflow等設計工具

---

## 02 平面設計師

奇美食品股份有限公司 2021.05 – 2024.08

食品產業

- 跨部門協作

透過與企劃、業務、PM討論，確認視覺與市場需求，確保符合品牌調性

- 電商與行銷設計

產出與行銷需求契合的電商、社群活動廣告視覺設計、EDM、Banner，增強品牌曝光與轉換

- 拍攝企劃與執行

規劃拍攝內容(拍攝風格、背景美術道具)，符合品牌形象與設計需求

- 活動與陳列設計

旗下烘焙品牌檔期視覺、門市陳列，讓活動與產品展示更具吸引力

- 大型展產設計

國內外展場、品牌展會視覺與展示設計規劃，統整視覺風格

- 產品包裝設計

參與新品包裝結構量測，運用拍攝素材規劃一連串的包裝視覺，控管包裝與品牌形象一致

# 經歷 Experience

## 03 平面設計師

百繪品牌設計有限公司 2019.08 – 2021.04

設計產業

- VI品牌視覺識別設計

擬定品牌定位，從視覺概念發展、應用設計、品牌識別手冊制定，並設計能適應不同應用場景（線上、線下、APP、印刷品等），將所有視覺元素保持統一性，確保品牌辨識度，讓內外部使用者能正確應用品牌設計

- 產品包裝設計

接觸產業較多樣化，重工業、食品業、兒童教俱、醫療等產業，能獨立完成包裝量測到包裝視覺呈現提案，確保包裝與品牌形象一致

---

## 04 平面設計師

互動策略品牌有限公司 2017.08 – 2018.07

活動廣告產業

- 活動與陳列設計

參與許多政府標案的活動檔期視覺、陳列、平面文宣、包裝，在短時間內產出與活動相符的展示，並與團隊順利拿到案子

2  
使用者介面/  
使用者體驗設計  
作品集

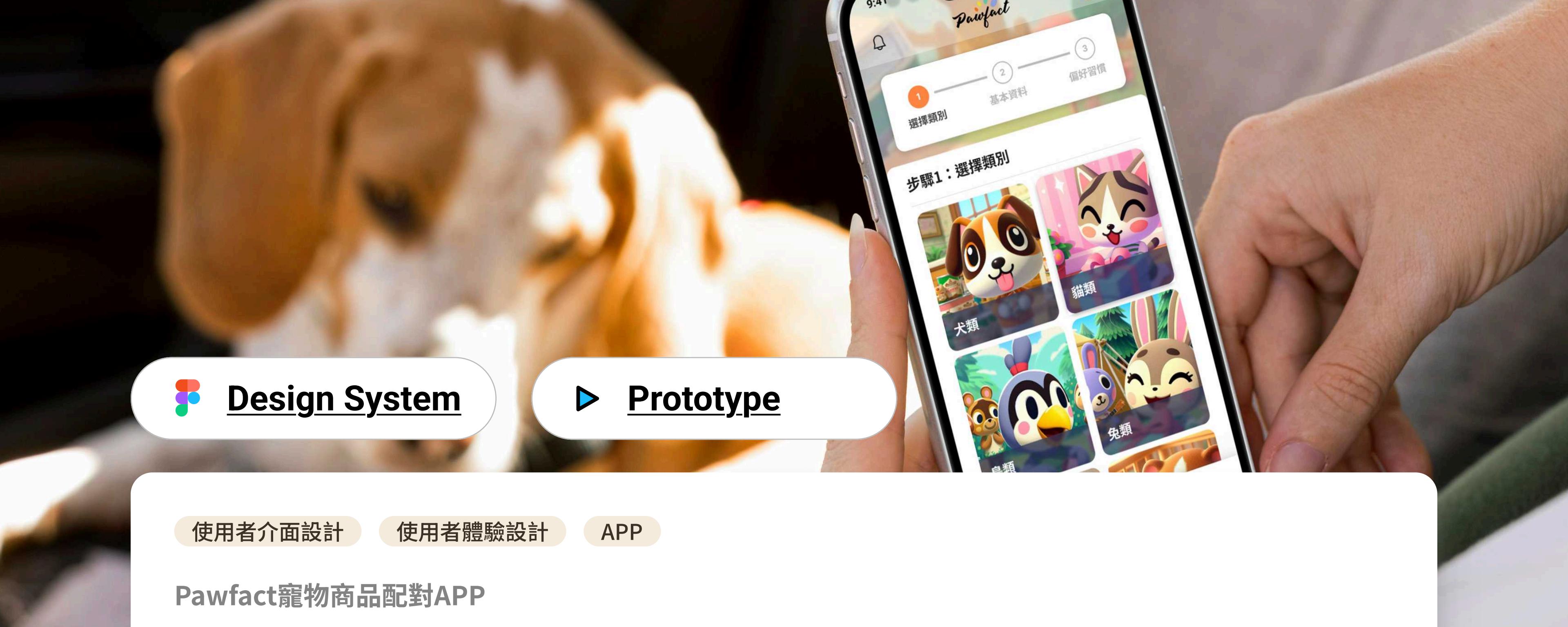


2-1 Pawfact寵物商品配對APP

2-2 Eat Now 美食外送平台

2-3 Re-Design VOLVO CX40 Loading page

2-4 Re-Design MUJI 購物車頁、會員個人頁



Design System

► Prototype

使用者介面設計

使用者體驗設計

APP

Pawfact寵物商品配對APP

**提供飼主客製化配對，打造適合寵物的專屬商品**

專案角色

視覺設計、UI設計

執行時間

2024年06月-08月 (Web.Mobile)  
2024年10月-12月 (APP)

平台

Web/Mobile/APP

執行背景

AAPD 第二屆  
畢業專題

# 專案背景

此專案旨在打造一款寵物商品配對 APP，透過優化使用者體驗、強化商品資訊、個性化推薦及無憂購物服務，來滿足現代飼主的需求，提升電商市場競爭力。

## 市場趨勢

社會變遷	高齡化、少子化、單身化 → 寵物飼養人口增加
疫情影響	加速飼主轉向線上購物，寵物電商快速崛起
市場成長&趨勢	2027 年全球寵物市場預估達 3500 億美元
台灣飼主 購物習慣	<ul style="list-style-type: none"><li>📌 偏好實體購物</li><li>📌 線上 + 線下並行</li><li>📌 完全線上購物</li></ul>
台灣前三大 飼養類型	<ul style="list-style-type: none"><li>📌 養狗</li><li>📌 養魚</li><li>📌 養貓</li></ul>

以上資料來源：

毛經濟「寵」上天！台灣下個兆元產業，寵物市場藍海卡位戰<https://vip.104.com.tw/preLogin/recruiterForum/post/132731>

【寵物消費者調查二】寵物店成寵物市場最強通路與傳播管道 <https://mic.ii.org.tw/news.aspx?id=575>

## 市場問題

缺乏專業度	退貨/退款機制不明確，缺乏清楚的政策
UX/UI 體驗不佳	<ul style="list-style-type: none"><li>📌 資訊層級混亂</li><li>📌 缺乏購物協助</li><li>📌 商品資訊不足</li></ul>

## 專案機會

打造專業寵物電商平台	<ul style="list-style-type: none"><li>📌 提供個性化推薦</li><li>📌 優化 UI/UX，提升購物體驗</li><li>📌 強化商品資訊與購物指南</li><li>📌 提供明確的退貨與售後服務</li></ul>
滿足線上購物需求	<ul style="list-style-type: none"><li>📌 針對純電商族群，提供高效購物體驗</li><li>📌 吸引虛實並行飼主，提高線上購物比例</li></ul>
搶占市場成長機會	進入台灣毛經濟市場，搶佔寵物電商藍海

# 易用性測試

## 有效性

使用者使用產品時，無法達成目標

## 效率

使用者可以達成目標，但效率不佳

## 滿意程度

### 個性化的追蹤及建議

- ✗ 一頁呈現太多題目，覺得要填好多項目
- ✗ 題目跟選項擠在一起（不夠明顯區分），不好閱讀
- ✗ 題目字太小，選項大於題目，題目沒列點，閱讀困難
- ✗ 配對結果餐單，只有單數據呈現，還是不夠清楚什麼商品適合寵物，對新手飼主比較不友善

### 熱門商品推薦

- ✗ 缺少“其他”分類，例如守宮，蛇，刺蝟等等物種，可歸納到“其他”分類
- ✗ Web跟Mobile版只有獨立的“狗狗商品”跟“貓貓商品”能快速選擇，其他分類不夠明顯
- ✗ 廣告會干擾，容易點錯
- ✗ 商品分類缺乏主題，比較凌亂

### 品牌主題性

- ✗ 缺少系統性，可以再有人情味

### 提供寵物健康指南

- ✗ 缺少“其他”分類，例如守宮，蛇，刺蝟等等物種，可歸納到“其他”分類
- ✗ 缺少寵物生理需求分類
- ✗ 找不到收藏icon

- ✓ 選項按鈕onTap狀態時，可以再清楚一點
- ✓ 寵物分類在手機裝置使用，是否可以再更直覺

- ✓ 多點插畫跟色彩，讓表單不這麼生硬

- ✓ 寵物種類分類在手機裝置使用，更一目瞭然有什麼選項
- ✓ 在手機裝置使用時，選項按鈕線框優化成陰影，onTap狀態時，也更清楚已選擇了哪些選單
- ✓ 配對結果餐單，保留原有詳細數據結果，也多了樹狀圖呈現，並同步推薦適合寵物的商品以及健康指南，更有明確方向購物

- ✓ 商品分類多了橫幅banner有主題性
- ✓ 在手機裝置使用時，能更清楚找到寵物分類

- ✓ 品牌有主題系統性
- ✓ 多了溫暖柔軟的擬人插畫風格，分善要填寫很多題目的注意力，更多互動更活潑有趣了

- ✓ 寵物種類分類在手機裝置使用，更一目瞭然有什麼選項
- ✓ 文章還有搭配相關商品，更有明確購物方向，更懂寵物需求
- ✓ 容易找得到收藏文章

# 設計策略

改版前  
畫面



痛點

電商**產品分類**繁雜，無  
從下手購買確認是不是  
寵物需要的產品

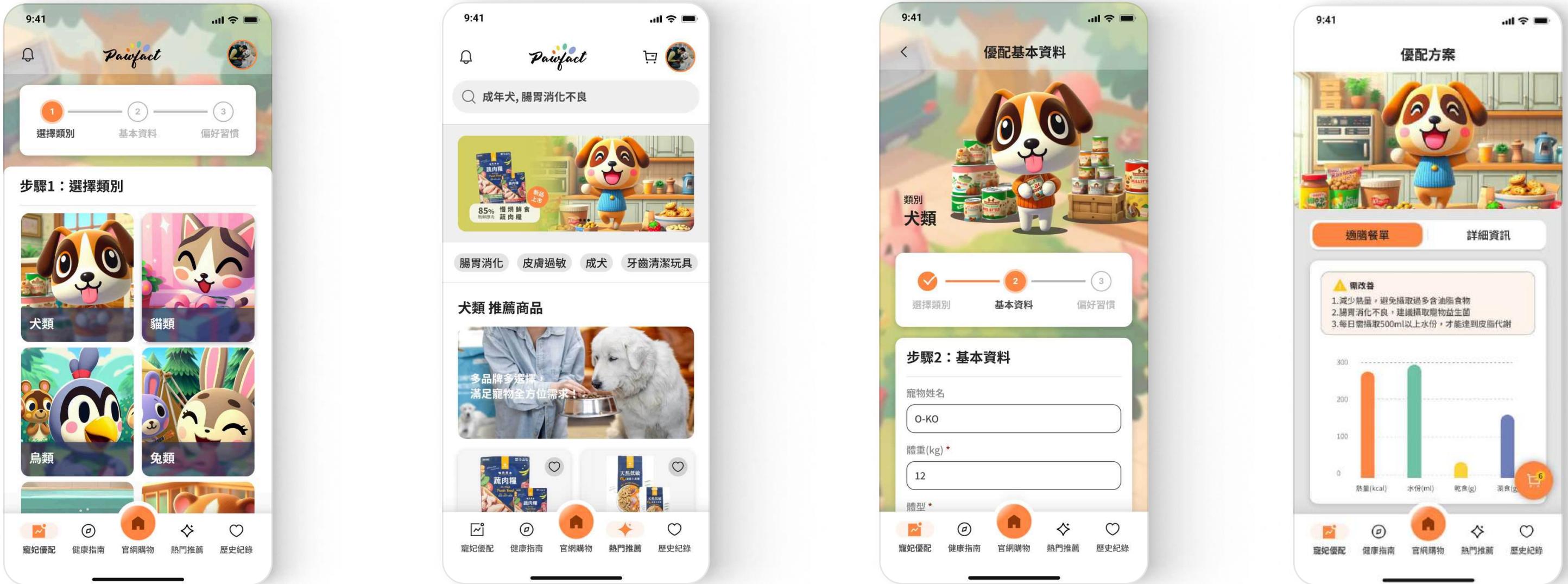
沒有多餘時間**關注品牌**  
**跟比較商品**，寵物有多  
數的消耗品，因此需要  
到處找優惠

介面設計**缺少互動回  
饋**，降低使用頻率

大多新手飼主缺乏購買  
信心及**知識不足**，容易  
**選錯產品**，降低回購率

# 設計策略

改版後  
畫面



策略

## 個性化的追蹤及建議

- 透過表單方式，讓飼主填寫寵物生理狀態，提供個性化的產品建議
- 可以查閱過往歷史紀錄，讓每次配對系統資訊更精準

## 熱門商品推薦

- 根據使用者喜好與寵物需求優先提供個性化產品
- 提供熱門推薦，增加使用者對品牌黏著度

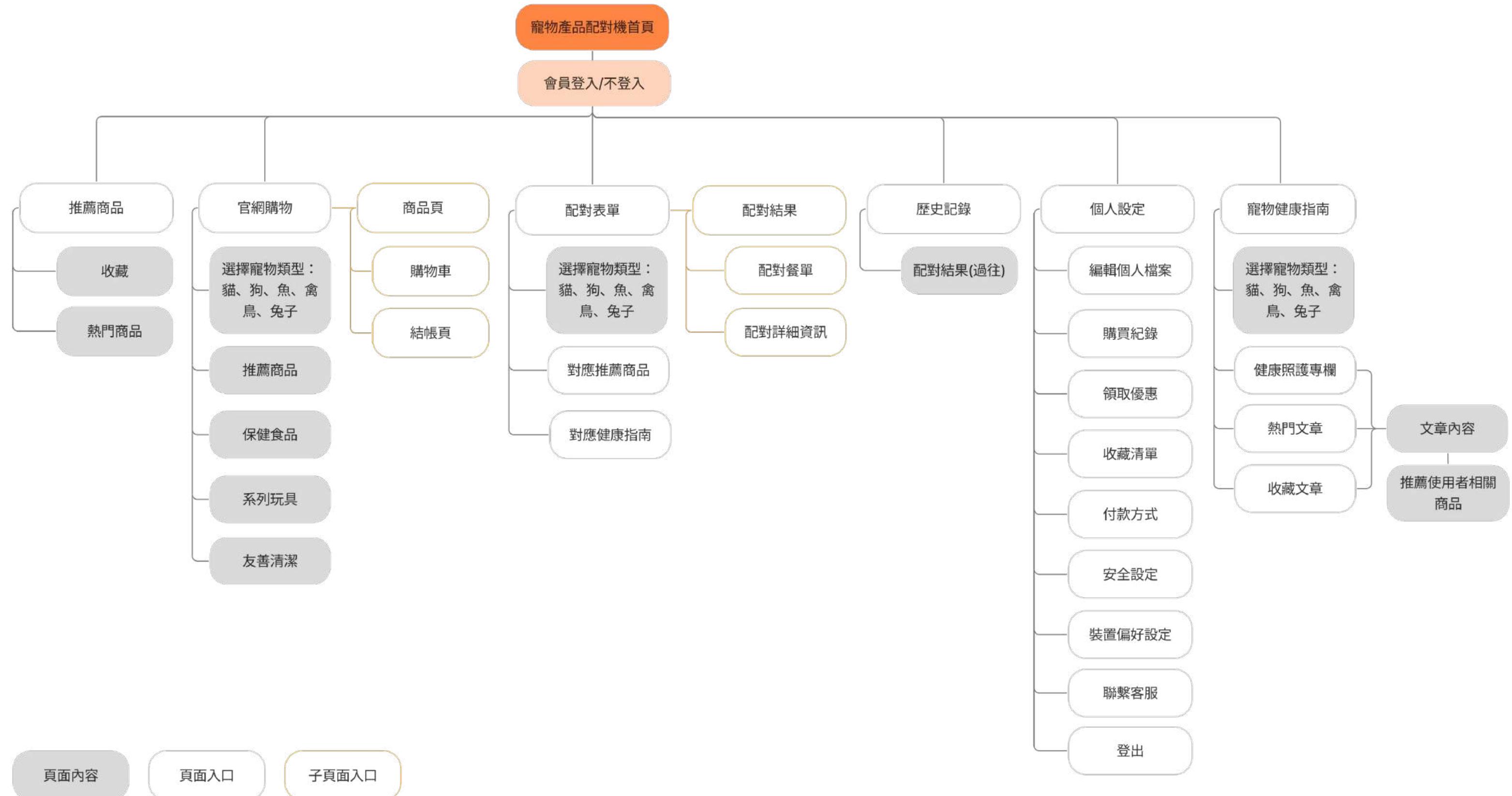
## 品牌主題性

以擬人化的角色插畫，營造出輕鬆愉悅的視覺感受，增加品牌記憶點，進而提升下載使用頻率

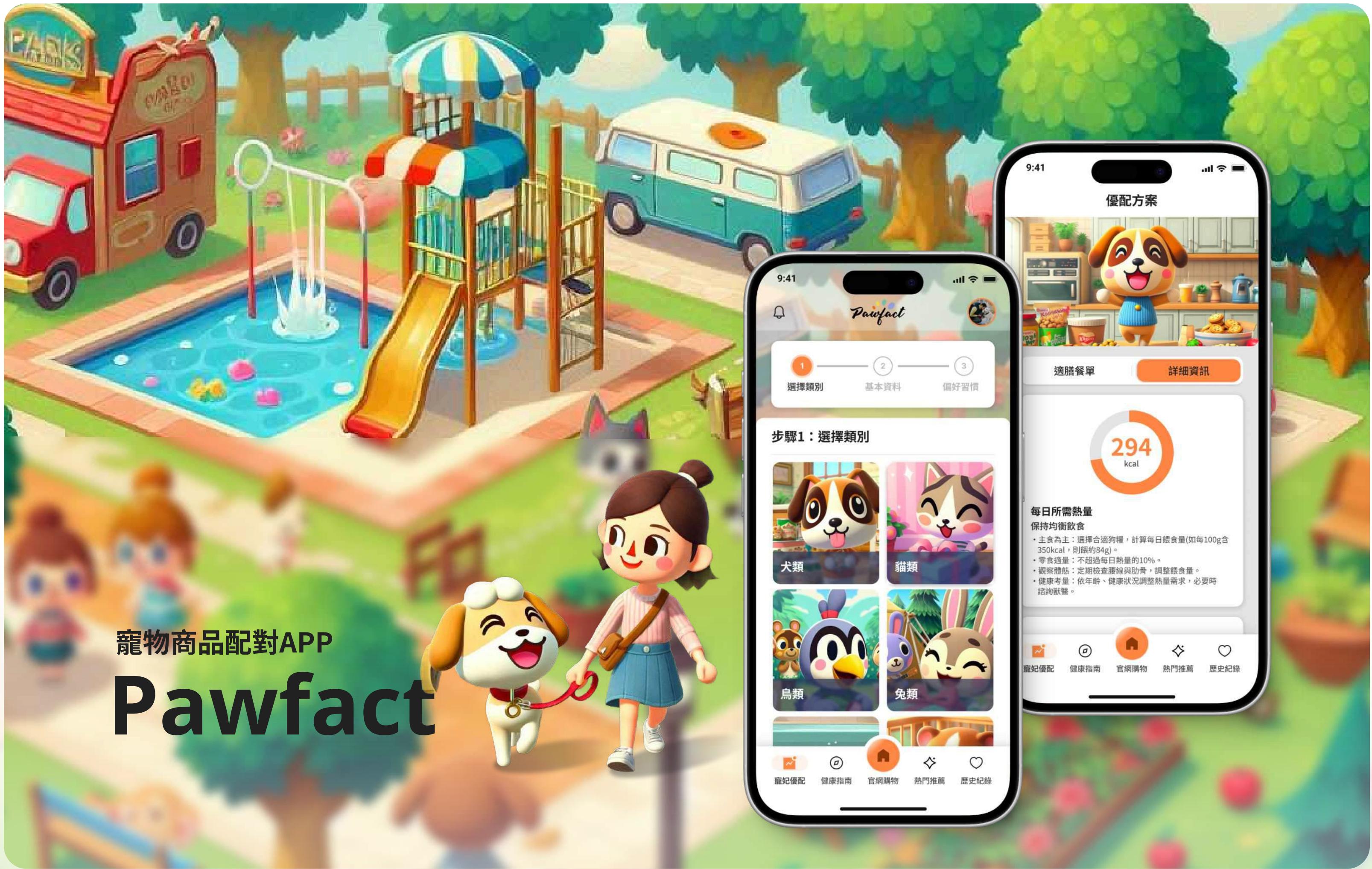
## 提供寵物健康指南

提供合適的健康指南，有利於增加選購商品信心，也讓使用者有附加價值感知

# 資訊架構



# 視覺設計





寵物商品配對APP

## LOGO

結合Paw和Perfect，找到最佳配對的概念



## Icon



## 色彩計劃



base/primary/200

mode #ff8642



base/secondary/300

mode #506095

# 設計原則

## 溫暖陪伴，營造安心體驗

靈感來自《動物森友會》的療癒風格，整體設計採用溫暖柔和的色調、搭配簡約圓潤的UI元素，以及擬人化的角色插畫，營造出輕鬆愉悅的視覺感受。讓使用者在瀏覽時，感覺像走進了一個充滿愛與關懷的世界，讓品牌不只是購物平台，更像是與寵物生活的美好小鎮，陪伴每位毛孩主人度過溫馨時光。



※ 圖片皆用Microsoft Bing AI生成

## 細膩互動，提升沉浸感

透過精緻動畫與微交互設計，讓使用者在操作過程中感受到自然流暢的回饋，使界面更具生動感與情感溫度，提升整體的沉浸式體驗。



※ 圖片皆用Microsoft Bing AI生成

# 設計產出

01

▶ GIF

## 線性流程

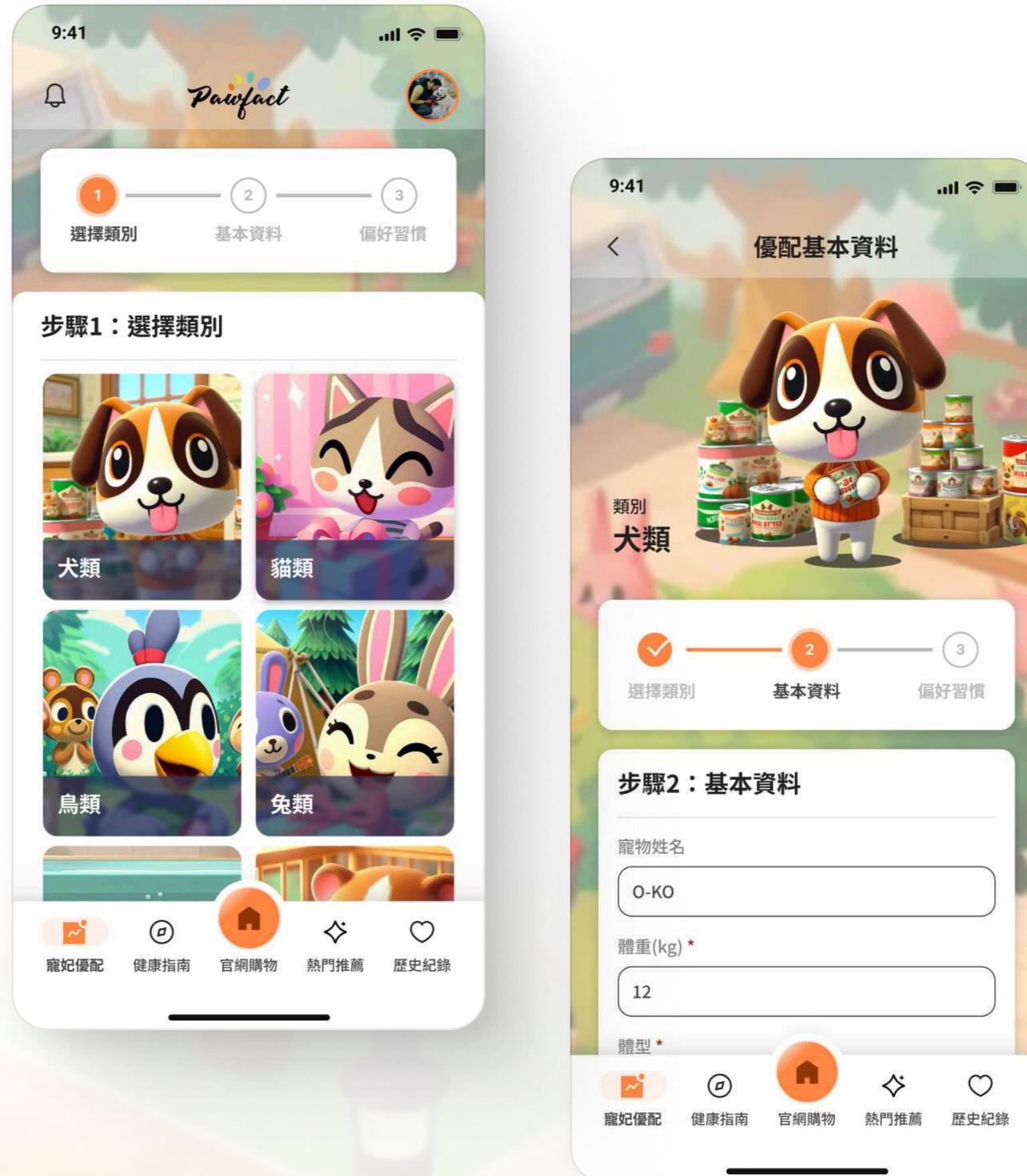
把寵物類型設計優化成一個線性的流程，範圍從基本資料到日常偏好習慣，能精準比對寵物當前需求，一步步來幫助使用者選擇寵物習慣。提供合適的方案、商品購買建議與健康指南，幫助新手與資深飼主更輕鬆地選購寵物用品，不再因選擇困難而感到無所適從。



## 02

### 從寵物類別到生活型態， 獲得適合餐單

透過整合寵物的基本資料、偏好習慣與不同階段的需求，搭配活潑的視覺互動，優化使用者體驗，讓飼主在填寫資料時不會感到負擔或疲勞，提升使用意願。



## 03



### 直覺性的購物體驗

餐單內的推薦商品，點選 查看更多後，將導到至符合寵物類型的推薦商品頁。推薦商品頁裡包含 保健食品、系列玩具、友善清潔用品 等多元選擇，讓飼主可輕鬆瀏覽、比較，快速加入購物車，選擇配送方式，即可完成購物。

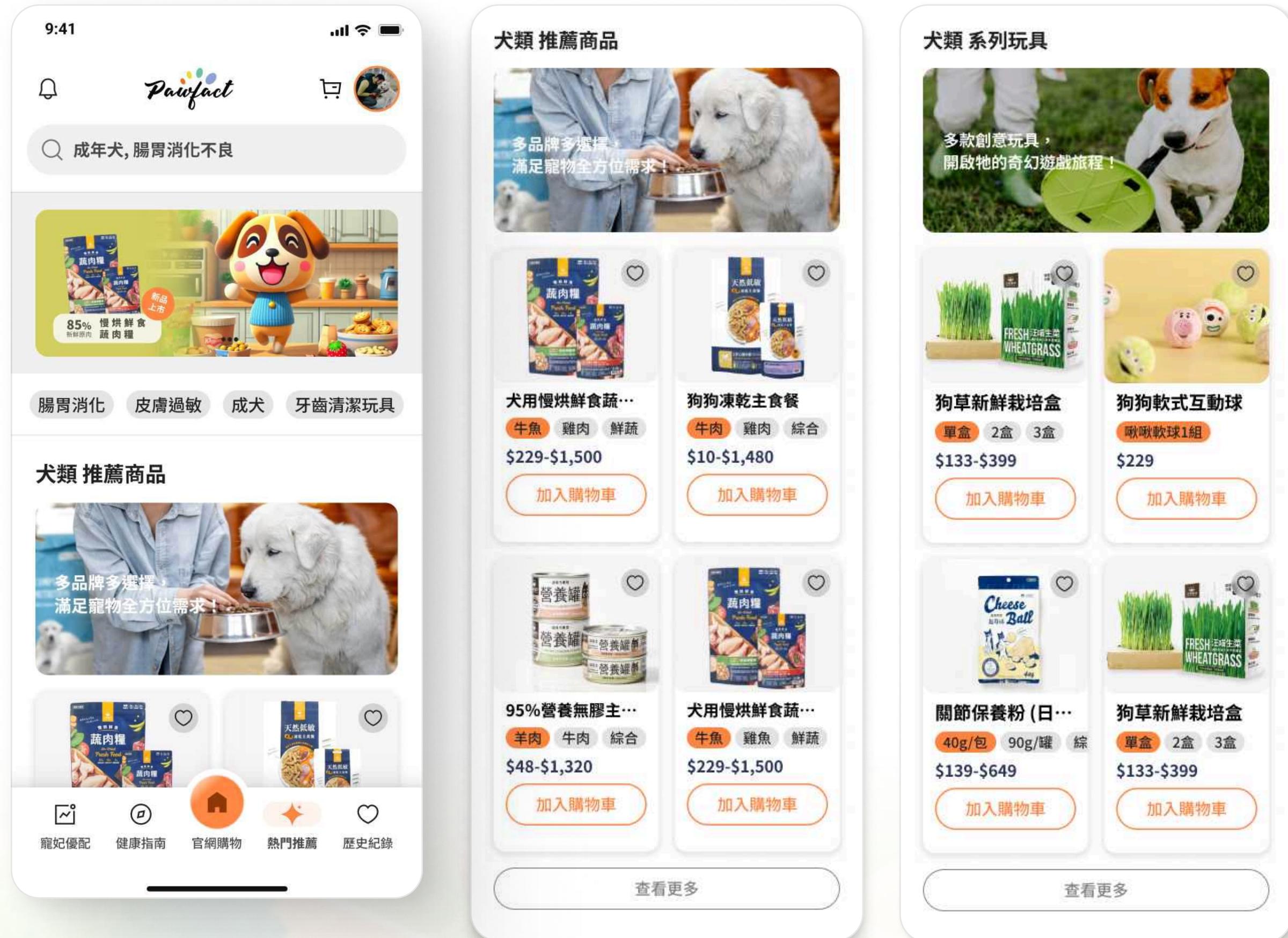


# 04

## 客製化的推薦商品

專為寵物量身打造的功能頁面，擴展餐單內的推薦內容，提供更完整的購物選擇。

頁面依照寵物類型與需求 精選 保健食品、系列玩具、友善清潔用品等，幫助飼主快速找到最適合的產品。透過清楚的分類與推薦，讓購物更直覺、更高效。



※ 商品圖皆擷取汪喵星球，使用用途為學習臨摹作業，非正式上線產品

2  
使用者介面/  
使用者體驗設計  
作品集



- 2-1 Pawfact 寵物商品配對APP
- 2-2 Eat Now 美食外送平台
- 2-3 Re-Design VOLVO CX40 Loading page
- 2-4 Re-Design MUJI 購物車頁、會員個人頁

**使用者介面設計** **Web** **Mobile**

**Eat Now 美食外送平台**

# 美食隨點隨到，享受不必等待

專案角色	執行時間	平台	執行背景
視覺設計、UI設計	2024年06月-7月	Web/Mobile	AAPD 第二屆 作業練習

## 專案背景

全球外送市場持續成長，在亞太地區，受數位化與消費行為變遷的推動，市場需求不斷擴大。然而，產業競爭加劇，許多外送平台積極爭奪市場份額，導致部分區域可能出現市場集中化的趨勢。此外，餐點品質管理、環保挑戰與消費者忠誠度等問題，也成為影響外送產業發展的重要課題。同時，消費者對高附加價值、健康飲食與永續消費的需求提升，為市場帶來新的成長機會。



# 設計策略

## 痛點

外送平台提供大量選項，導致資訊過載選擇困難

送餐時間可以更透明化

優惠資訊散落各處，使用者可能會錯過折扣優惠

使用者主要透過手機下單，因此 RWD 設計與直覺的操作介面又更重要

## 搜尋與篩選功能

## 策略

搜尋欄明顯可見，並提供多種篩選條件，圖示輔助分類（如速食、日式料理、飲品），幫助使用者快速選擇

## 資訊透明度

餐點卡片顯示詳細資訊（價格範圍、評分、外送時間），並標註熱門與促銷的標籤，吸引消費者目光

## 優惠資訊

首頁加強推波折扣碼、邀請優惠、買一送一專區貨輪播圖，避免使用者錯過折扣

## 裝置優化

使用滑動輪播 banner 顯示優惠，減少頁面滾動

# 視覺設計

The image displays the visual design of the eat now food delivery platform across three devices: a smartphone, a laptop, and a large promotional banner.

**eat now 美食外送平台**

**Smartphone Interface:**

- Top bar: 台北市大安區仁愛路三段
- Search bar: 搜尋 eat now
- Category icons: 咖啡廳餐、日式料理、義式、美式、韓式
- Filters: 飲食類、白飯、營養方案、不到30分鐘
- Section: 推薦商家：珍珠奶茶
- Items: 臺北牛排麵 (400-8800 需用), 臺北牛排麵 (400-8800 需用)
- Section: 買一送一優惠
- Items: 臺北牛排麵 (400-8800 需用), 臺北牛排麵 (400-8800 需用)

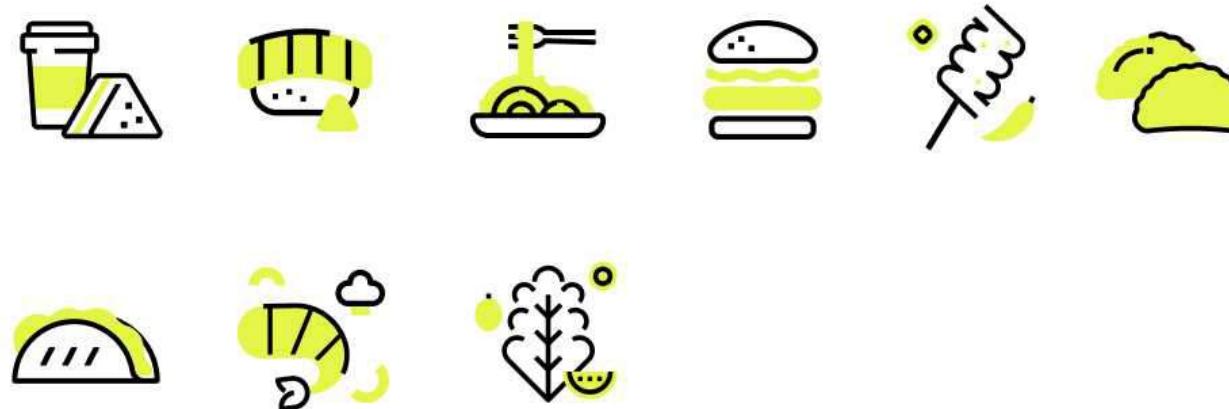
**Laptop Interface:**

- Top bar: eat now, 外送, 外帶, 台北市大安區仁愛路三段
- Background: Various food items in containers.
- Section: 推荐商家：珍珠奶茶
- Items: 臺北牛排麵 (400-8800 需用), 臺北牛排麵 (400-8800 需用)
- Section: 買一送一優惠
- Items: 臺北牛排麵 (400-8800 需用), 臺北牛排麵 (400-8800 需用)
- Promotions:
  - 邀請好友使用 Eat Now 即可享有一百元折扣優惠
  - 輸入【EATSUMMER】外送滿三千元享免運
  - 輸入【外送滿額折半】
- Bottom: Macbook Pro

## LOGO

***eat now***

## Icon



## 色彩計劃



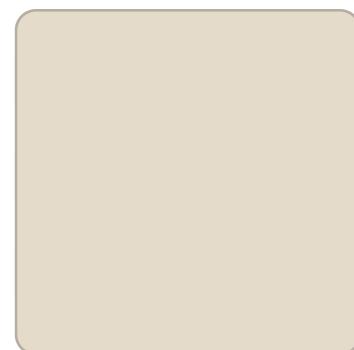
mode #25443E



mode #C7D544



mode #4D877B



mode #E5DCCB

# 設計產出

The screenshot shows the homepage of the Eat Now website. At the top, there's a search bar with placeholder text '搜尋餐廳美食生鮮' and dropdown menus for '排序方式', '價格', and '飲食限制'. Below the search bar is a navigation menu with icons for different cuisines: 咖啡簡餐, 白式料理, 韓式, 美式, 韓式, 中式, 墨西哥風味, 麵食, and 蔬食健康. There are three promotional banners: one for inviting friends with '\$100 off', one for a summer delivery discount, and one for a summer meal deal. Below these are sections for recommended merchants like '珍珠奶茶' and '買一送一優惠' (Buy One Get One Free). Each merchant listing includes a thumbnail image, the name, price range (\$400-\$800), delivery time (10-20 minutes), and a rating (4.9★). A large central callout encourages users to invite friends for a \$100 discount. At the bottom, there's a section for '趕時間嗎?' (Hurry up?) featuring more meal options and links to the Eat Now app on App Store and Google Play.

▼ 搜尋欄與按鈕的視覺層級，加深邊框或陰影，更有層次感，與背景區分開來

This comparison screenshot highlights the visual hierarchy changes. The search bar and its associated buttons now have a more distinct 3D effect with shadows and thicker borders, making them stand out from the background. The overall layout remains the same as the original design.

▼ 以卡片形式，明確指出費用、評價、等待取餐時間以及優惠標籤，讓使用者更清楚點擊

This comparison screenshot shows how individual meal items are presented as cards. Each card contains a thumbnail image, the meal name, price range, rating, delivery time, and a '買1送1' (Buy One Get One Free) badge. The cards are separated by thin white lines, providing a clean and organized look for the user.

# 設計產出

02

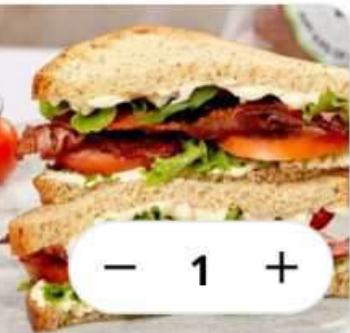
▼ 未加入購物車

**雞腿王三明治**  
\$185 ⚡ 97%(700)  
鮮嫩雞肉，清爽健康。



+

**雞腿王三明治**  
\$185 ⚡ 97%(700)  
鮮嫩雞肉，清爽健康。



- 1 +

▲ 加入購物車

eat now 外送 外帶 台北市大安區仁愛路三段 · 立刻



**好初早餐** 4.8

營業中 · 14:30打烊 更多資訊  
\$400-\$800 費用 · 10-20 分鐘 · 4公里

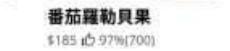
外送 自取 團體訂單 65TDW 費用  
價格與費用 25-30 分鐘  
外送費用

**精選商品**

- 專屬推薦商品
- 最佳套餐組合
- 招牌三明治
- 堡捲們
- 奶油厚煎吐司
- 小點心
- 沙拉
- 飲料
- 咖啡

輸入 [ EATSUMMER ]  
可享 \$0 外送費  
立即輸入

**精選商品**

排名第1	排名第2	熱門推薦
 雞腿王三明治 \$185 ⚡ 97%(700)	 鮮蔬沙拉 \$185 ⚡ 97%(700)	 夏威夷鳳梨漢堡 \$185 ⚡ 97%(700)
 雞腿王三明治 \$185 ⚡ 97%(700)	 鮮蔬沙拉 \$185 ⚡ 97%(700)	 番茄羅勒貝果 \$185 ⚡ 97%(700)

**專屬推薦商品**

雞腿王三明治	鮮蔬沙拉
 雞腿王三明治 \$185 ⚡ 97%(700) 鮮嫩雞肉，清爽健康。	 鮮蔬沙拉 \$185 ⚡ 97%(700) 鮮嫩雞肉，清爽健康。
夏威夷鳳梨漢堡	番茄羅勒貝果
 夏威夷鳳梨漢堡 \$185 ⚡ 97%(700) 鳳梨甜美，風味獨特。	 番茄羅勒貝果 \$185 ⚡ 97%(700) 鮮嫩雞肉，清爽健康。
雞腿王三明治	
 雞腿王三明治 \$185 ⚡ 97%(700) 鮮嫩雞肉，清爽健康。	

**精選商品**

排名第1	排名第2	指定優惠5折	熱門推薦
 雞腿王三明治 \$185 ⚡ 97%(700)	 鮮蔬沙拉 \$185 ⚡ 97%(700)	 夏威夷鳳梨漢堡 \$185 ⚡ 97%(700)	 番茄羅勒貝果 \$185 ⚡ 97%(700)
 雞腿王三明治 \$185 ⚡ 97%(700)	 鮮蔬沙拉 \$185 ⚡ 97%(700)	 夏威夷鳳梨漢堡 \$185 ⚡ 97%(700)	 番茄羅勒貝果 \$185 ⚡ 97%(700)

eat now  
Download on the App Store GET IT ON Google Play

商業合作 關於我們 取得協助  
成為合作餐廳 企業徵才 常見問題  
成為外送夥伴 相關新聞 歷史訂單  
聯盟行銷合作

隱私權政策 使用者條款 © 2023 Eat Now Technologies Inc.

# 響應式設計

▼ 未營業狀態

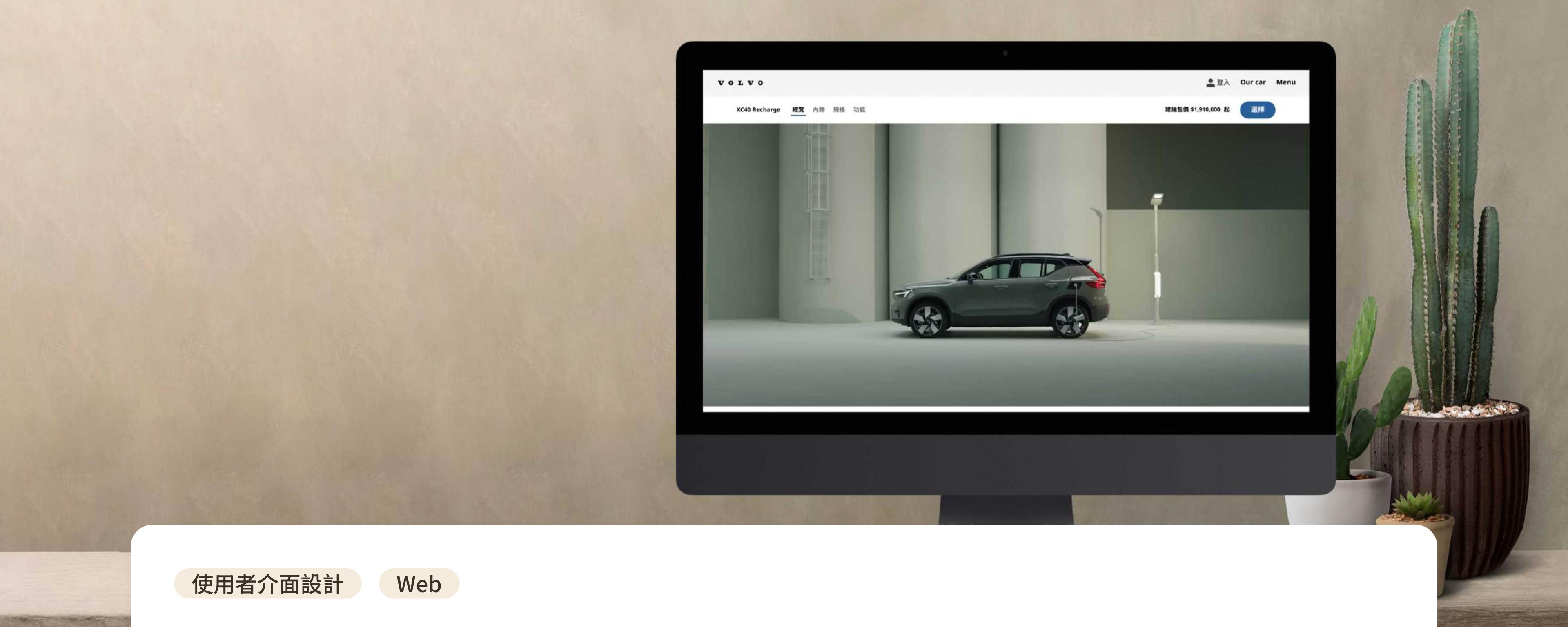


2

# 使用者介面/ 使用者體驗設計 作品集



- 2-1 Pawfact 寵物商品配對APP
- 2-2 Eat Now 美食外送平台
- 2-3 Re-Design VOLVO CX40 Loading page**
- 2-4 Re-Design MUJI 購物車頁、會員個人頁



使用者介面設計

Web

Re-Design VOLVO CX40 Loading page

## 新車發表，一頁式銷售頁

---

專案角色

視覺設計、UI設計

執行時間

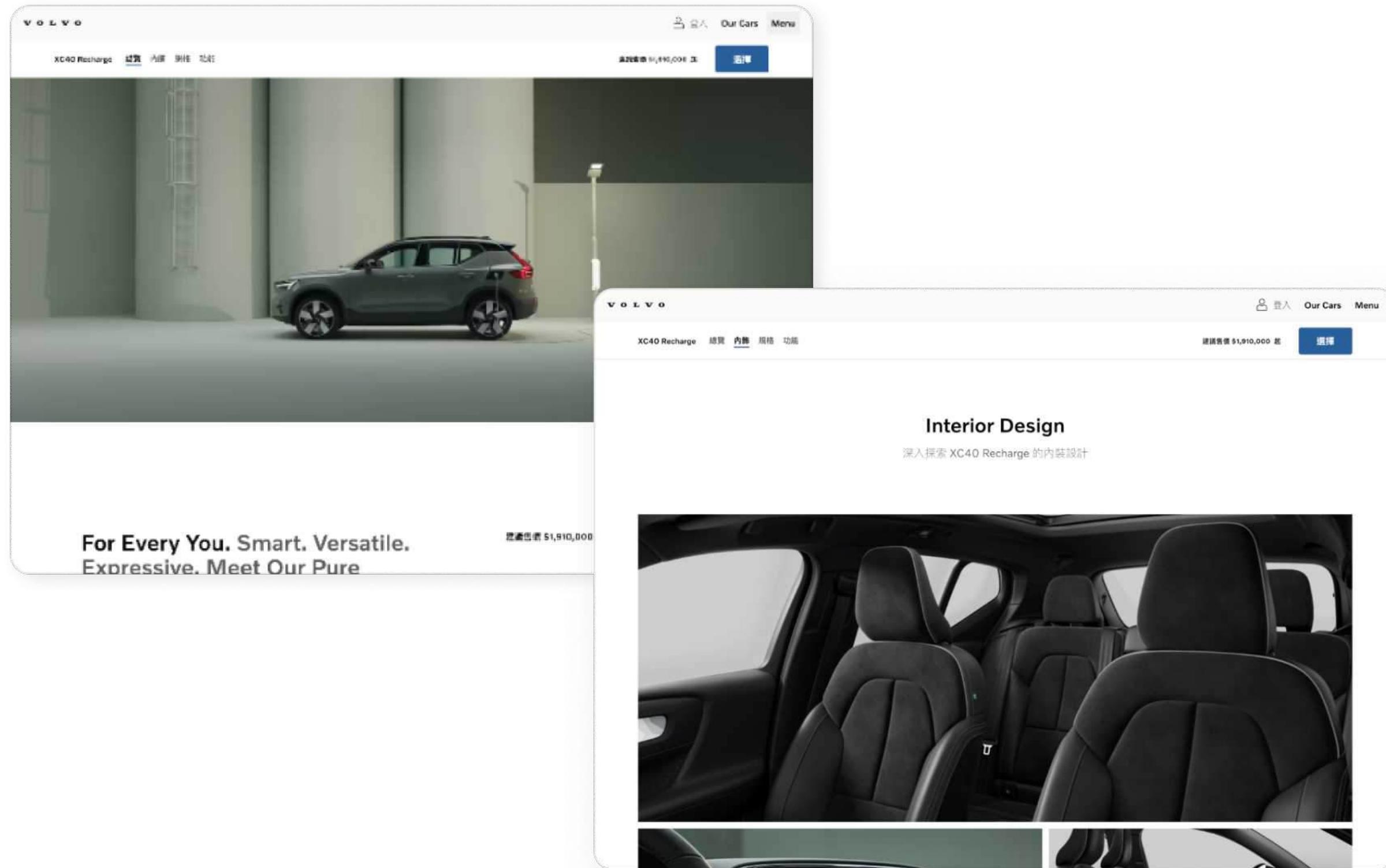
2024年09月

平台

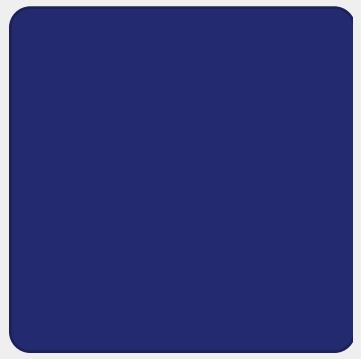
Web

# 專案背景

Volvo XC40 的原始 Landing Page 保持了品牌一貫的極簡與高級感，透過大面積車輛影像營造視覺吸引力，但在資訊傳遞與使用者體驗上仍有優化空間。由於缺乏明確的資訊層次與導覽引導，使用者需要自行篩選與尋找內容，長時間閱讀容易產生疲勞，降低使用效率。此外，互動性與 CTA 設計較為被動，使轉化路徑不夠直觀，影響使用者決策。因此，雖然原始設計能有效呈現品牌質感，但若能強化資訊層級與閱讀體驗，將能進一步提升易讀性與使用者參與度。



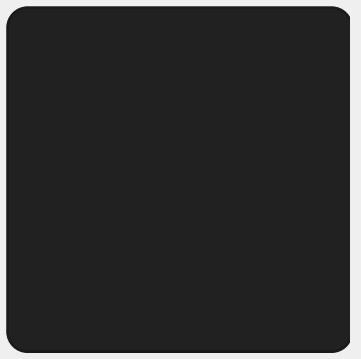
# 色彩計劃



mode #242B71



mode #FFFFFF



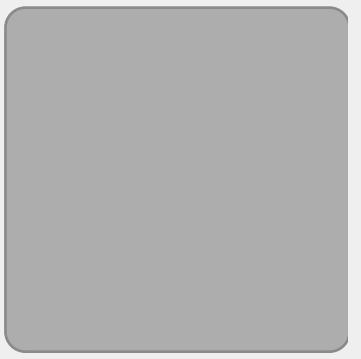
mode #222222



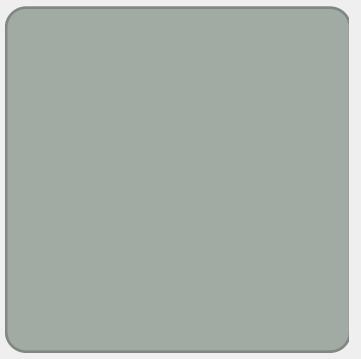
mode #212B46



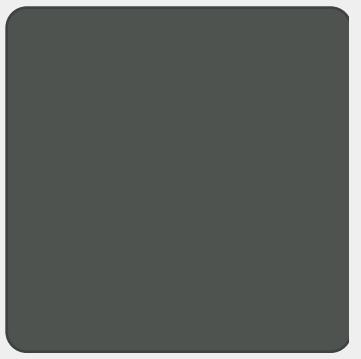
mode #DDDDDD



mode #AEAEAE



mode #A1AAA3

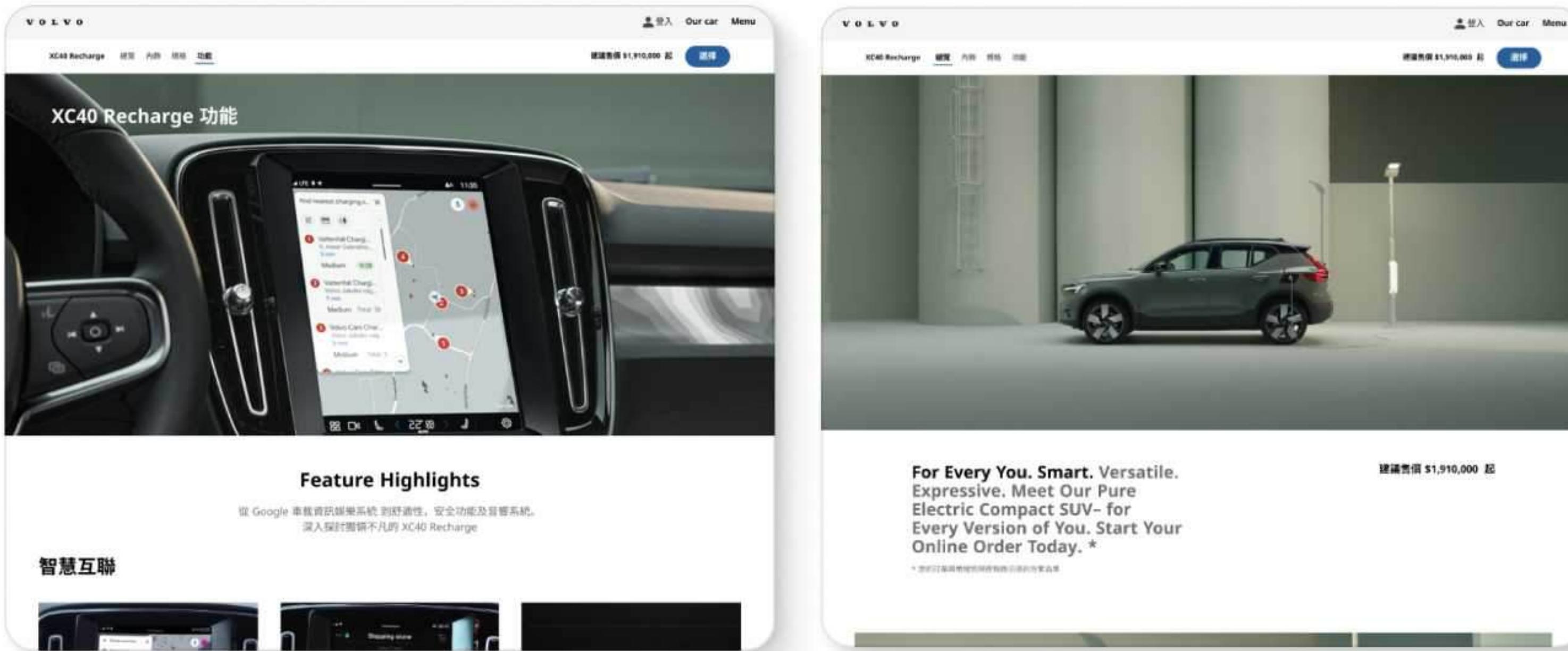


mode #505451

# 設計產出-優化版

01

增加 Header Banner 和區塊式背景變化，讓資訊呈現更有層次，視覺上更有引導性。



# 02

透過顏色與間距調整，減少資訊密度，使閱讀體驗更順暢，提升內容可讀性。

**XC40 Recharge 規格**

**XC40 Recharge 功能**

**Feature Highlights**

從 Google 車載資訊娛樂系統 到舒適性。安全功能及音響系統。  
深入探討獨領不凡的 XC40 Recharge

**動力總成**

**Single Motor**

**規格**

- 燃料類型：純電能
- 引擎位置與驅動方式：前AWD
- 變速器：自排

**續航里程**

- 續航里程：最高567km

**電池**

- 居家充電：7h
- DC快速充電站：34M
- 電池能量（標稱）：69kWh

**動力性能**

- 最大引擎動力 (kW)：230hp
- 最大引擎動力 (kW)：175千瓦
- 時速0-100公里加速：7.3 s\*
- 扭力：42.8 kgm
- 安全極速：180 km/h

**Twin Motor**

**規格**

- 燃料類型：純電能
- 引擎位置與驅動方式：AWD
- 變速器：自排

**續航里程**

- 續航里程：最高623km

**電池**

- 居家充電：8h
- DC快速充電站：28M
- 電池能量（標稱）：82kWh

**動力性能**

- 最大引擎動力 (kW)：480hp
- 最大引擎動力 (kW)：300千瓦
- 時速0-100公里加速：4.8 s\*
- 扭力：68.3 kgm
- 安全極速：180 km/h

**聯**

**Google and Co.**  
64% of 9.6  
Verified

**Google Play**  
歡迎到 XC40 Recharge 純電動車上使用 Google Play，讓您享受超優用車體驗。請每個應用

**to Date**  
到目前為止，XC40 Recharge 純電動車已經在車載系統上更新了超過 10 次。確保您有一輛持續進化且隨時保持最新次

**More In-car Apps**  
我們一再致力於為您的 XC40 Recharge，提供最新的技術和最棒的車載應用程式。擁有的

**車載網路流量服務**

**All Data Included**  
VOLVO 的網路流量服務包含執行數位應用程式所需的所有流量，讓您在 XC40 Recharge 純電動車上的數位生活體驗不中斷。

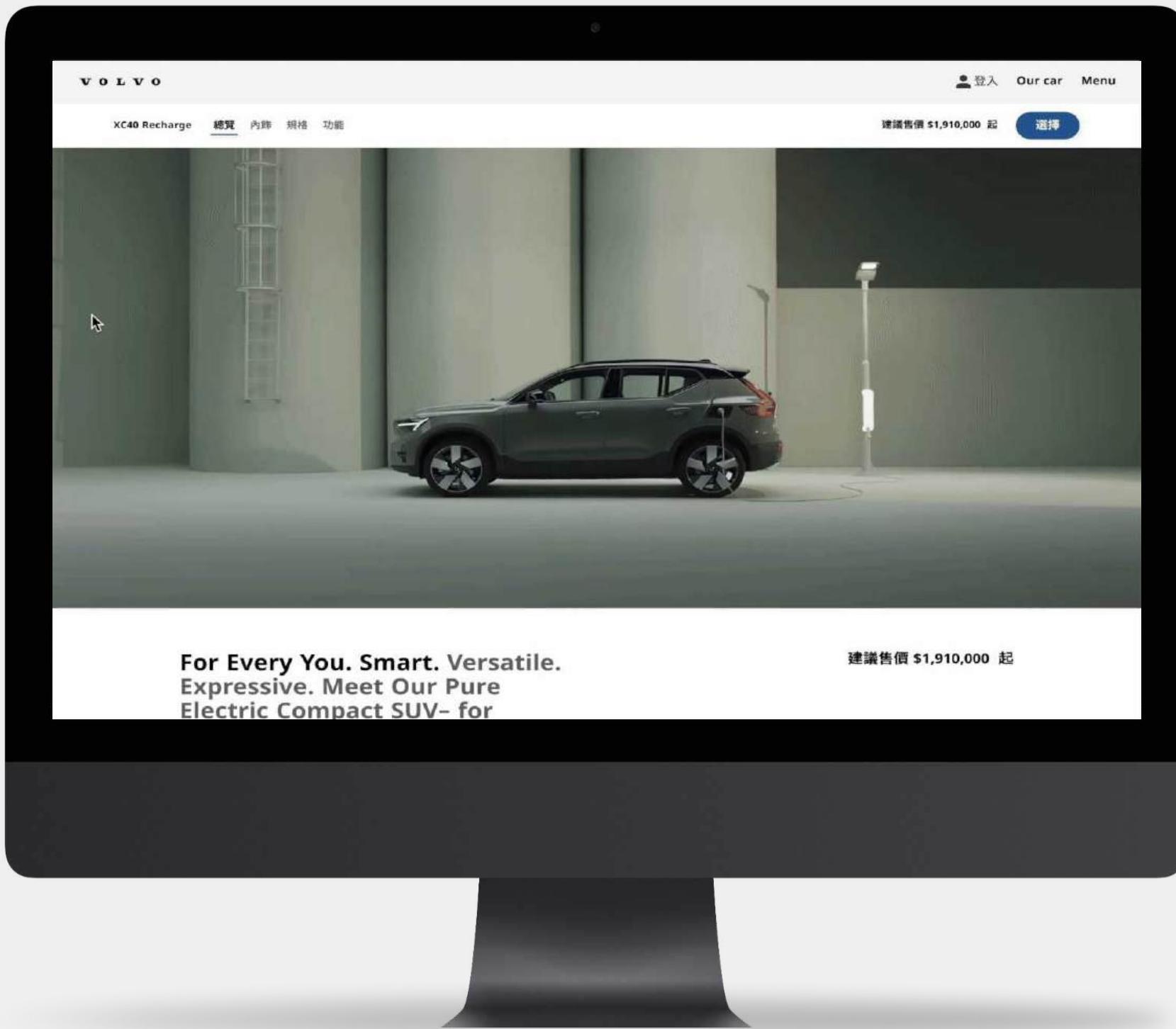
**Google Built-in**  
車上內建 Google Assistant、Google Maps 等熱門應用程式。如需更多應用程式也可前往 Google Play 下載，為您打造實用、個人化和流暢的駕駛體驗。

**Volvo Cars App**  
讓您更能輕鬆享受生活與獲得 VOLVO 完善支援的服務。VOLVO 的網路流量服務包含透過 Volvo Cars App 提供的遙控功能。

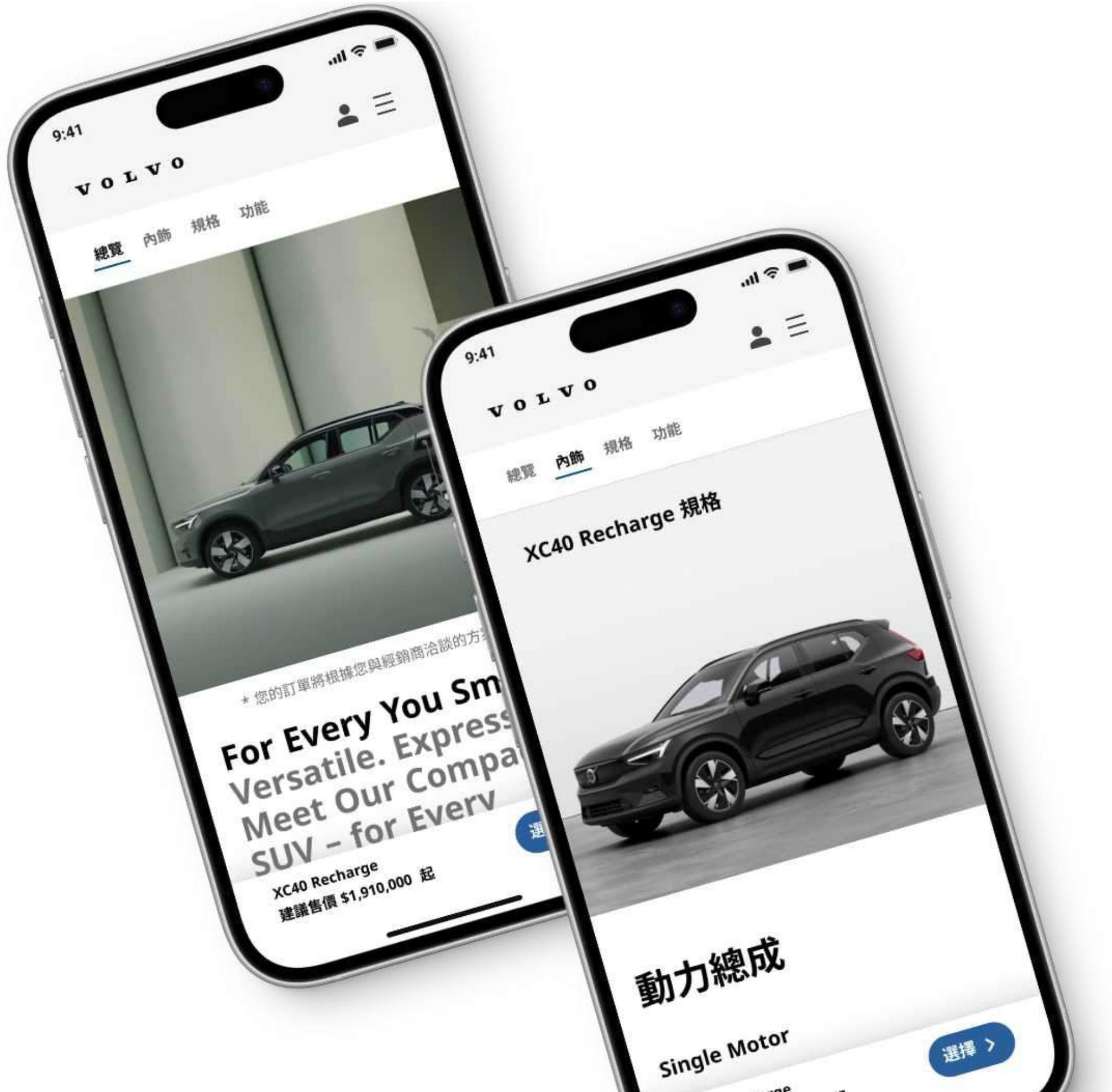
# 03

▶ GIF

加入清楚標題、分段設計與 CTA 按鈕，  
提升互動性與可操作性，幫助使用者快速  
找到所需資訊。



# 響應式設計



**Life,**

我們堅信環保是負責的表現。因此，我們提供德商活動、製造和物流，以及 200,000km 的一級充電能力組合。XC40 Recharge Twin Motor 同時供給您盡可能使用再生電力充電。

二氧化氮重量(噸)

54

XC40 Recharge Twin (Electric)

● 生產, 含電池 (48%)  
● 使用 - 風力發電電能充電 (52%)

40 Recharge Twin (Electric)

二氧化氮重量(噸)  
生產, 含電池 (98%)  
● 使用 - 風力發電電能充電 (2%)

長度  
寬度  
高度  
汽車尺寸  
59  
二氧化氮重量(噸)

寬度(含後視鏡)  
2034 mm

長度  
4440 mm

高度  
1647 mm

探索內裝設計 >

Harman Kardon 多媒體音響系統

選用配備  
- 13 具揚聲器  
- 12 喇叭道  
- 600W 輸出

汽車音響系統選項  
XC40 Recharge 有兩種音響系統可供選擇  
- Harman Kardon 多媒體音響系統

Online Order

立即預約試駕

Discover the Benefits.

Roadside Assistance

XC40 Recharge Twin (Electric) 智慧安全

C40 Recharge

探索 VOLVO 首款內建 Google 的純電動休旅車

了解更多 > 選購 >

Cookie Settings

Feature Highlights

從 Google 車載資訊娛樂系統 到舒適性, 安全功能及音響系統。深入探討獨領不凡的 XC40 Recharge

關於 XC40 Recharge 純電休旅車, 您想知道什麼呢?

我可以開始線上訂購 XC40 Recharge 純電動車, 這是什麼意思?  
在線上訂單請求後, 是否還能新增其他套餐、選件或配件?  
我可以在完成訂單並簽訂合約後, 以完成訂單並簽訂合約?

詳細車款規格

座位  
5  
行李箱容積  
452L  
寬度  
1873 mm  
最大拖曳重量  
1800 kg  
前 / 後方頭部空間  
1030 mm / 994 mm  
長度  
4440 mm mm  
高度  
1647 mm mm  
能源效率  
5.5 km / kWh

了解更多 >

最佳級別導航  
XC40 Recharge 純電動車內建清晰的 Google Maps, 即時資訊與自動導航功能, 設定經由到達目的地。

Google Assistant  
在 XC40 Recharge 純電動車中預設 Google 助手內各項功能。輕鬆獲取方向、享受娛樂並與朋友、家人和同一

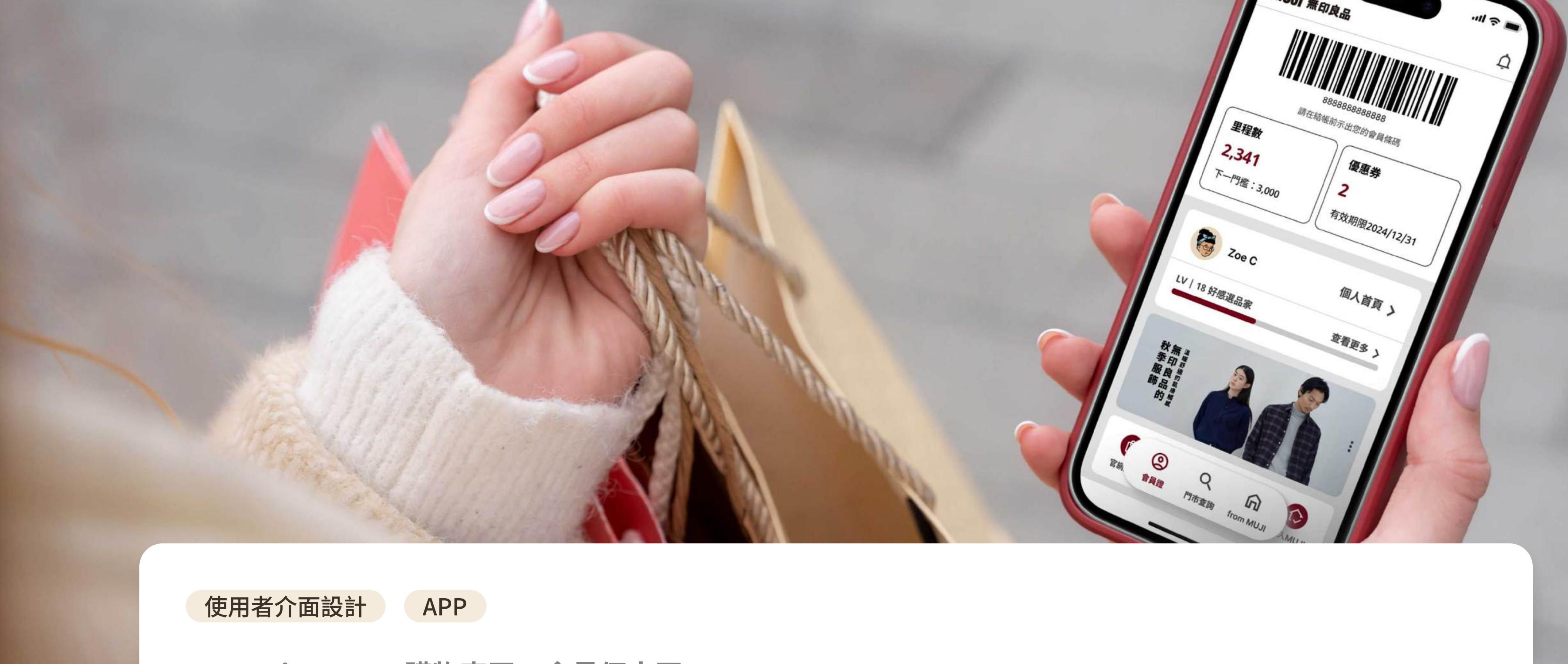
Google Play

2

# 使用者介面/ 使用者體驗設計 作品集



- 2-1 Pawfact 寵物商品配對APP
- 2-2 Eat Now 美食外送平台
- 2-3 Re-Design VOLVO CX40 Loading page
- 2-4 Re-Design MUJI 購物車頁、會員個人頁**



使用者介面設計

APP

Re-Design MUJI 購物車頁、會員個人頁

## 視覺一制性，提升互動體驗

專案角色

視覺設計、UI設計

執行時間

2024年09月

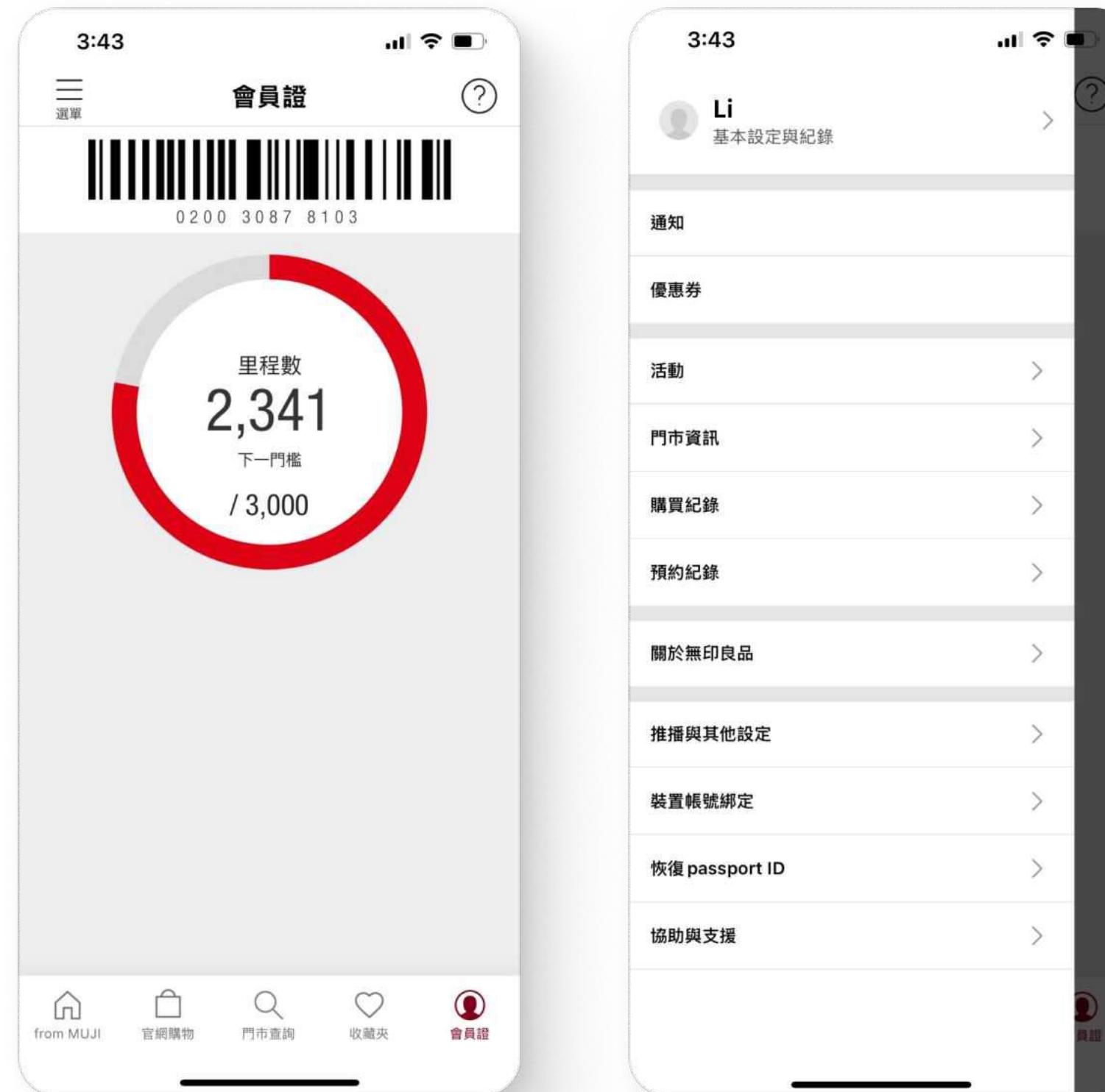
平台

APP

# 專案背景

無印良品 APP 目前的使用者體驗存在多項痛點，影響了使用者的操作流暢度與參與度。例如，會員等級與里程數制度較為隱晦，缺乏清晰的視覺層級，導致用戶難以理解自身權益。此外，導航列的「官網購物」選項會讓使用者誤解 APP 內可直接購物，但實際上需要跳轉至官網或另一款 APP，造成期待落差。

本次專案的目標是透過資訊架構優化、UI 改善與互動設計提升整體使用體驗，使 APP 更加直覺，並強化品牌忠誠度。



# 設計策略

## 痛點

許多重要資訊與功能被放置於漢堡選單內，例如會員優惠、門市資訊等，使用者需要額外操作才能找到，影響效率。

配色缺乏明確的對比，使得重要資訊如累積點數、優惠活動、會員權益等不易辨識，降低使用者的關注度。

缺乏明確的回饋機制

購物流程沒有一致性，容易讓使用者誤解可直接在 APP 內購買商品，但實際上需跳轉至外部網站或另一款購物APP。

## 資訊架構優化

## 策略

讓等級名稱、累積點數與可兌換獎勵更直觀，並透過層級式排版與對比強烈的色彩凸顯重要資訊。

## 視覺一制性

採用更直覺的卡片式設計，使資訊分區清楚，降低閱讀負擔。並透過調整按鈕與文字大小，提高重要資訊的可點擊性與可讀性。

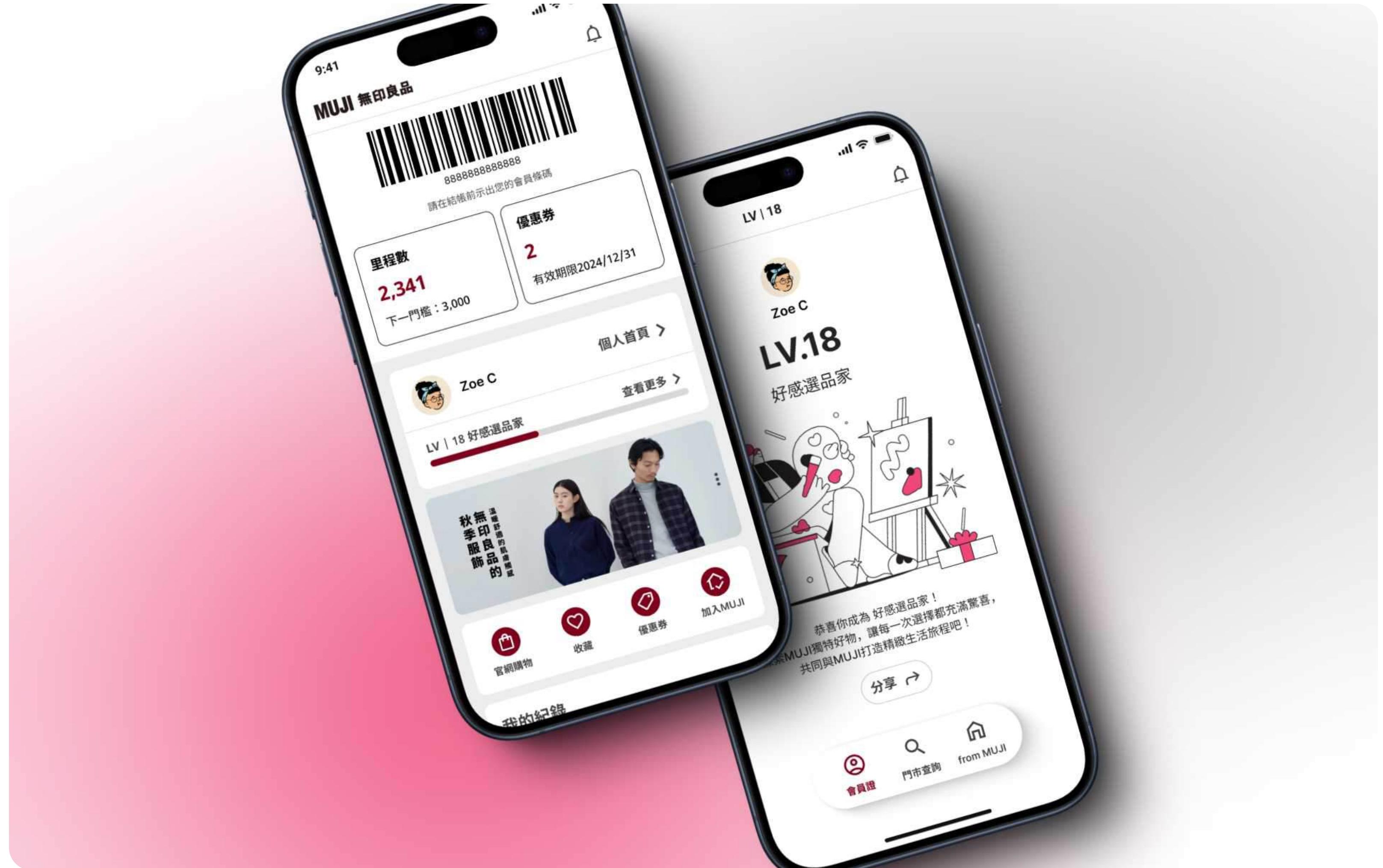
## 提升互動體驗

加入等級成長進度條，幫助使用者了解自身狀態，並提供個性化推薦機制，根據會員等級推薦專屬優惠或熱門商品，以提升互動體驗。

## 購物流程優化

減少使用者的錯誤期待，若技術可行，未來可考慮將購物功能整合至 APP 內，降低跳轉次數，提升使用流暢度。

# 視覺設計



## 插畫設計



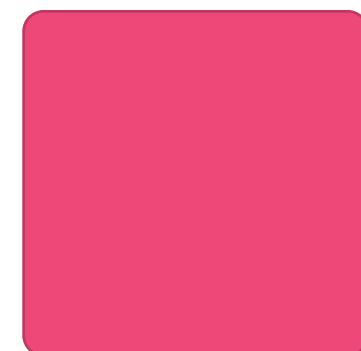
## Icon



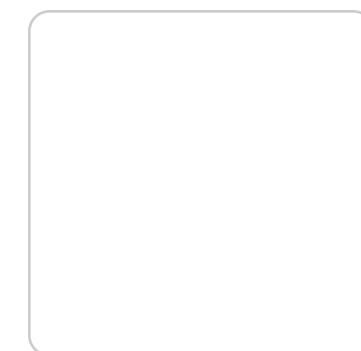
## 色彩計劃



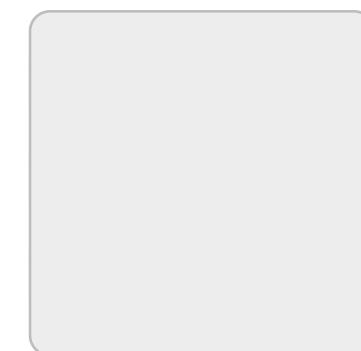
mode #7D011B



mode #EE4878



mode #FFFFFF



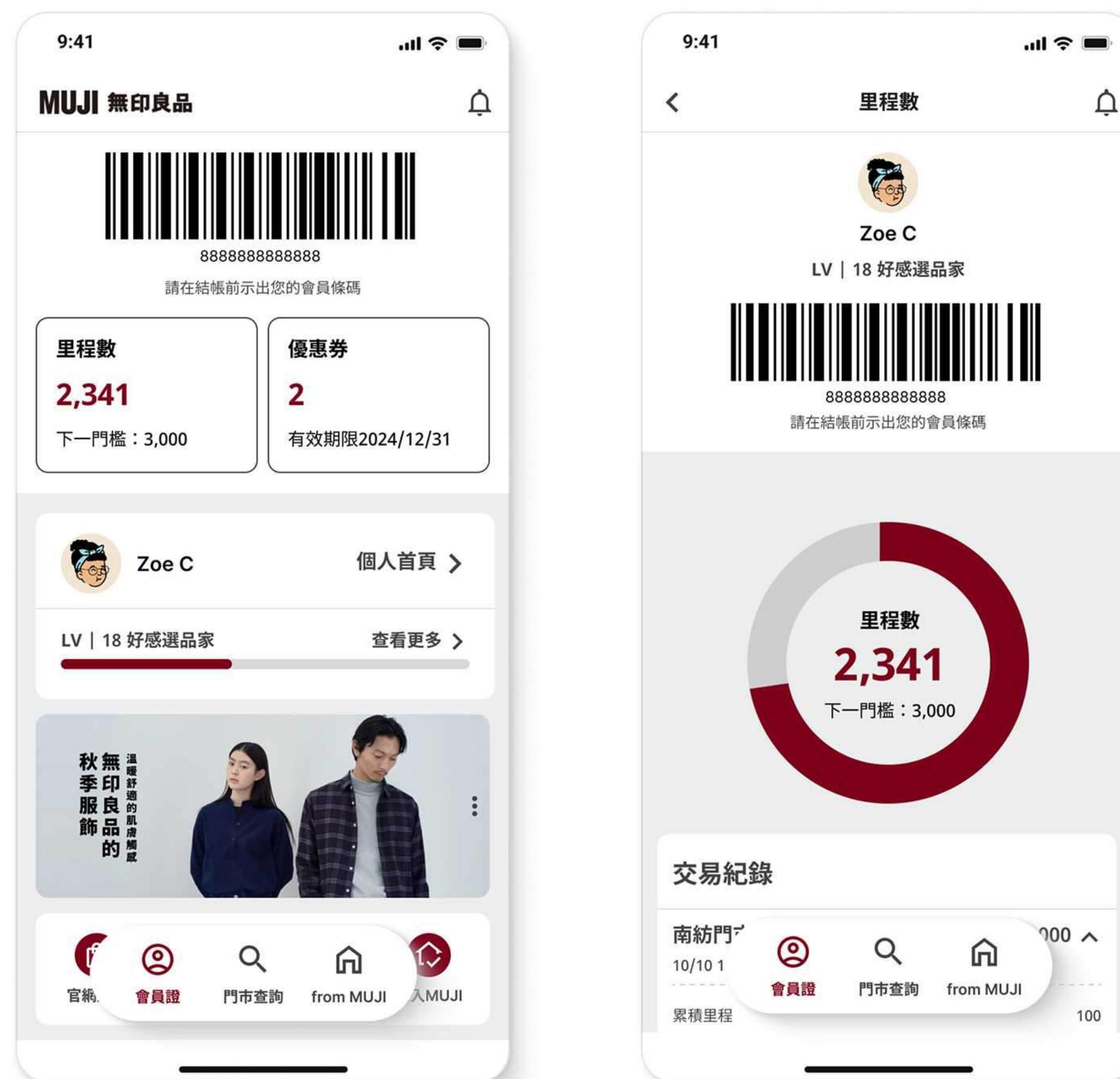
mode #EDEDED

# 設計產出-優化版

01

## 資訊架構優化

優化會員系統與等級資訊，本次設計重新調整資訊的可視性，讓等級名稱、累積點數與可兌換獎勵更直觀，並透過層級式排版與對比強烈的色彩凸顯重要資訊。

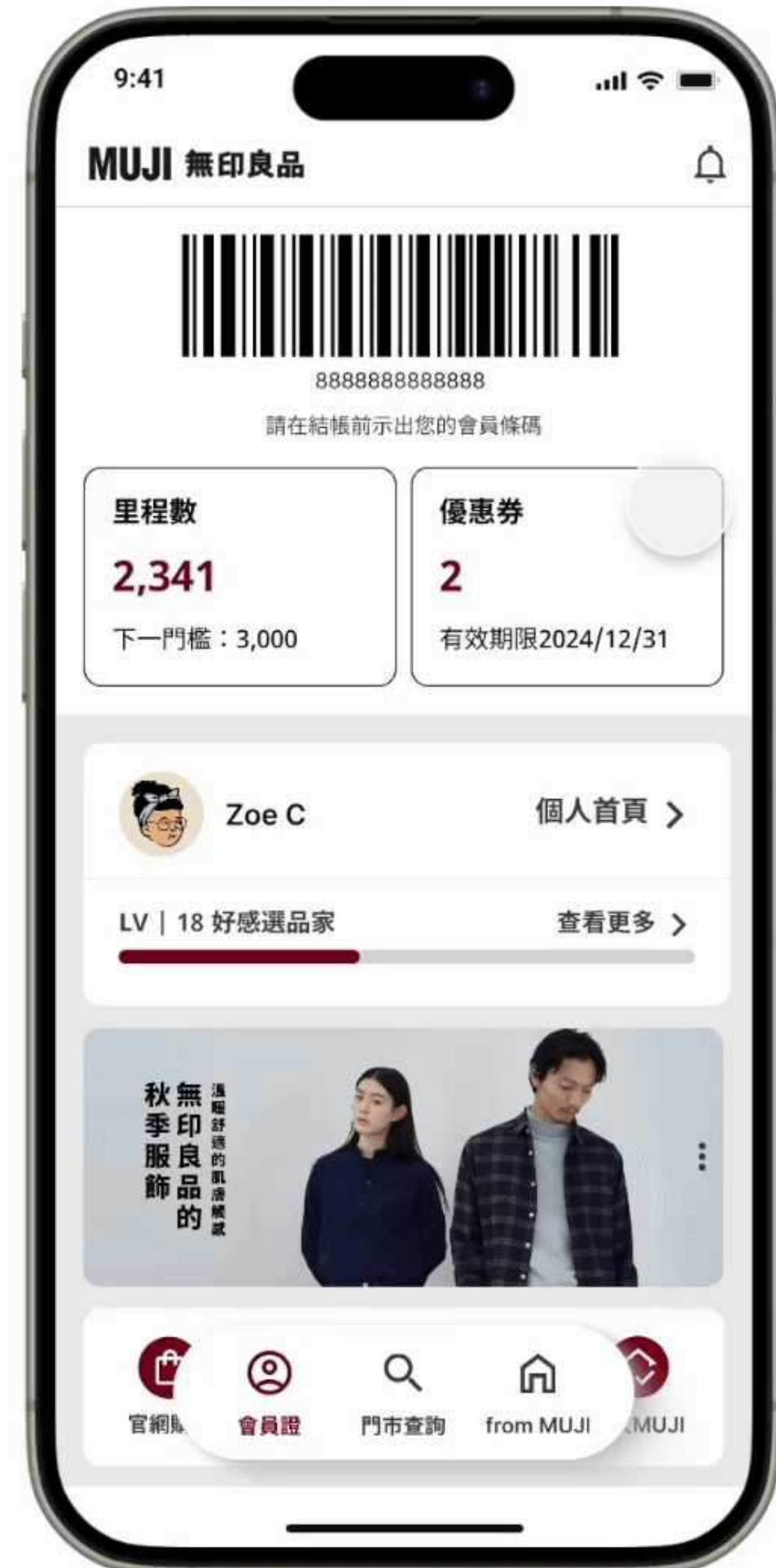


## 02



### 視覺一致

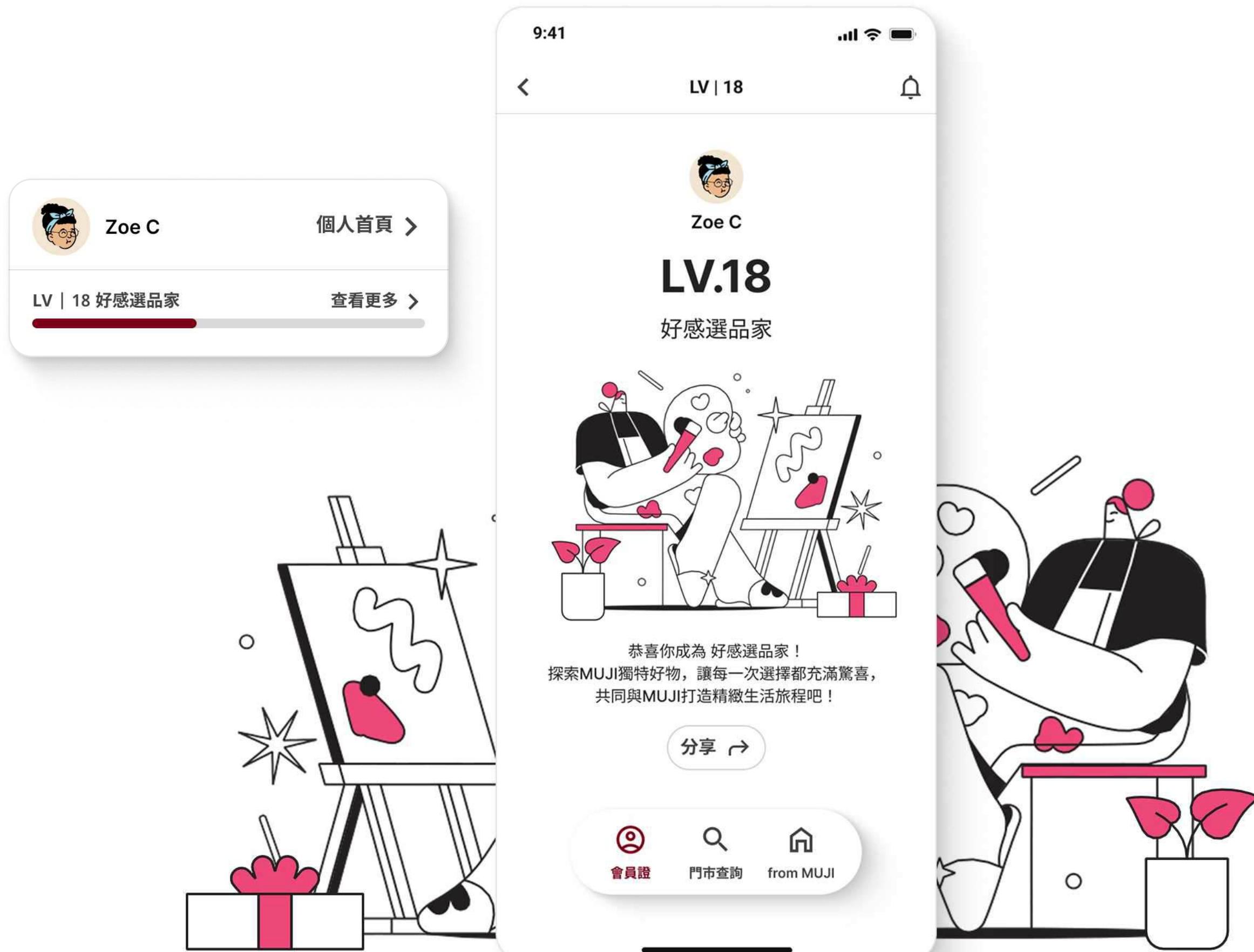
整體設計風格保持無印良品品牌的一貫簡約調性，確保視覺一致性，並優化Icon與排版，以減少視覺上的混亂。配色部分則強化對比度，運用更明顯的色彩區分不同類型的資訊，確保關鍵內容能夠迅速吸引使用者注意。



# 03

## 提升互動體驗

加入等級成長進度條，適當的回饋機制，幫助使用者了解自身狀態，並提供個性化推薦機制，根據會員等級推薦專屬優惠或熱門商品，以提升互動體驗。



## 04



加入等級成長進度條，適當的回饋機制，幫助使用者了解自身狀態，並提供個性化推薦機制，根據會員等級推薦專屬優惠或熱門商品，以提升互動體驗。



😊 感謝觀看 | THANK YOU 😊

✉ zhengyuchen121@gmail.com